

ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «ИЗДАТЕЛЬСТВО «ПРОСВЕЩЕНИЕ»

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящая Торговая политика Издательства (далее – «**Торговая политика**»), являющаяся приложением № 2 к Антимонопольной политике, устанавливает недискриминационные и транспарентные условия реализации Продукции Издательством на территории Российской Федерации.

1.2. Основные понятия, используемые в настоящей Торговой политике:

- **АКЦИЯ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ** – это вид активности Продавца в Интернет-магазине, направленный на увеличение покупательской способности Контрагентов за счет создания дополнительной мотивации к приобретению Продукции.
- **ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН** – сайт, размещенный в сети «Интернет» по адресу: <https://shop.prosv.ru/>, посредством которого Продавец осуществляет продажу Продукции дистанционным способом, и предназначенный для предоставления Контрагентам сведений, необходимых при совершении покупки, в том числе об ассортименте Продукции, ценах, способах и условиях оплаты и доставки, описание Продукции, а также для приема от Контрагентов сообщений о намерении приобрести Продукцию.
- **КНИГОТОРГОВЫЙ ПАРТНЕР** – Коммерческий контрагент, осуществляющий деятельность в субъекте Российской Федерации, с годовым оборотом от 20 % до 40 % от общего оборота Коммерческих Контрагентов в данном субъекте Российской Федерации.
- **КОММЕРЧЕСКИЙ КОНТРАГЕНТ** - Розничный партнер, Федеральный дистрибьютор, Региональный дилер, Книготорговый партнер, иное юридическое лицо, за исключением Органа власти и Общеобразовательного учреждения, или физическое лицо, в том числе индивидуальный предприниматель, обратившиеся к Продавцу за приобретением Продукции.
- **НОВИНКИ** - впервые изданные за последние 2 (два) года Шлейф и учебники, включенные в ФПУ.
- **ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ** – образовательная организация, осуществляющая в качестве основной цели ее деятельности образовательную деятельность по образовательным программам начального общего, основного общего и (или) среднего общего образования.
- **ПРОДАВЕЦ** – акционерное общество «Издательство «Просвещение».
- **РЕГИОНАЛЬНЫЙ ДИЛЕР** – Коммерческий Контрагент, осуществляющий деятельность в субъекте Российской Федерации, с совокупным годовым оборотом свыше 40 % от оборота Коммерческих Контрагентов в субъекте Российской Федерации, имеющий розничную сеть и мелко-/среднеоптовый склад, располагающий специалистами для продвижения Продукции Продавца, которые обладают знаниями о номенклатуре и содержании реализуемой Продукции Продавца.

- **РОЗНИЧНЫЙ ПАРТНЕР** – Коммерческий Контрагент, осуществляющий деятельность в субъекте Российской Федерации, с годовым оборотом менее 20 % от общего оборота Коммерческих Контрагентов в данном субъекте Российской Федерации.
- **ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ДИСТРИБЬЮТОР** – Коммерческий Контрагент, выступающий в качестве посредника при работе со средне- и мелкооптовыми коммерческими организациями на территории двух и более субъектов Российской Федерации, работающий с Продукцией Продавца, а также оказывающий услуги по доставке Продукции Потребителям и заказчикам. Совокупный годовой товарооборот Федерального дистрибьютера с Продавцом должен составлять не менее 5 % от общего товарооборота Продавца со всеми Коммерческими Контрагентами.

2. ЦЕЛИ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ

2.1. Целями настоящей Торговой политики являются:

- обеспечение максимальной прозрачности хозяйственной деятельности Издательства при реализации Продукции для Контрагентов;
- предупреждение нарушений Антимонопольного законодательства;
- информирование о Торговой политике заинтересованных лиц, в том числе:
 - о порядке выбора Контрагентов;
 - о требованиях, предъявляемых к Контрагентам;
 - о процедуре и сроках принятия решения о заключении или отказе в заключении Договоров (контрактов) на поставку / куплю-продажу Продукции (далее – «**Договор (контракт)**») с Контрагентами;
 - о процедуре и сроках рассмотрения заявок Контрагентов на поставку / куплю-продажу Продукции.

3. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С КОНТРАГЕНТАМИ

3.1. Принципы взаимодействия с Контрагентами

3.1.1. Реализация Продукции осуществляется Продавцами на основе следующих принципов:

- соблюдения Антимонопольного законодательства, в том числе:
 - установления единых критериев и требований, предъявляемых к Контрагентам для заключения с ними Договоров (контрактов), независимо от того, входят Контрагенты с Продавцом в одну группу лиц¹ или не входят;
 - недопустимости экономически и (или) технологически необоснованных отказов от заключения Договоров (контрактов) с Контрагентами;

¹ Понятие группы лиц используется в значении, определенном в статье 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

- удовлетворения потребностей Контрагентов в Продукции, в отношении которой у Издательства имеется возможность рентабельного производства;
 - недискриминационного подхода к установлению цен на Продукцию по Договорам (контрактам);
 - недопустимости произвольного ценообразования на Продукцию, не обоснованного экономическими и (или) технологическими факторами;
- соблюдения существующих договорных (контрактных) обязательств при реализации Продукции.

3.2. Требования к Контрагентам

3.2.1. Продавец заключает Договор (контракт) при наличии (1) возможностей для производства Продукции и (или) (2) свободных запасов Продукции, обеспечивающих исполнение обязательств по Договорам (контрактам), на условиях, не допускающих дискриминационного положения Контрагентов.

3.2.2. Контрагентами Продавца могут быть любые физические и юридические лица, в том числе Органы власти, Общеобразовательные учреждения, заключившие с Продавцом Договор (контракт) с согласованием всех его существенных условий.

3.2.3. Продавец вправе отказать в заключении Договора (контракта) при наличии хотя бы одного из следующих обстоятельств:

- Контрагент находится на стадии ликвидации или реорганизации;
- Контрагент не отвечает критериям добросовестного налогоплательщика по смыслу налогового законодательства Российской Федерации;
- Контрагент является должником в судебном процессе по делу о несостоятельности (банкротстве);
- по результатам проверки, проведенной в соответствии с пунктами 3.4.2 и 3.4.3 настоящей Торговой политики, Продавец установил, что документы и информация, представленные Контрагентом для заключения Договора (контракта), являются неполными и (или) не соответствуют информации, размещенной в официальных публичных источниках в сети «Интернет»;
- Продавец имеет негативный опыт работы с конкретным Контрагентом, такой как: (1) расторжение ранее заключенных Договоров (контрактов) в связи с нарушением таким Контрагентом существенных условий этих Договоров (контрактов); (2) многократное (три и более раз) неисполнение таким Контрагентом иных условий ранее заключенных Договоров (контрактов).

3.3. Требования к заявкам Контрагентов на заключение Договора (контракта)

3.3.1. Договоры (контракты) заключаются Продавцом на основании заявок Контрагентов на заключение Договора (контракта) (далее – «Заявка»).

3.3.2. Любой потенциальный Контрагент, заинтересованный в приобретении Продукции, направляет в адрес Продавца Заявку на адрес электронной почты Продавца, указанный на его официальном сайте в сети «Интернет».

3.3.3. Подаваемая Заявка направляется в простой письменной форме или в виде бланка заказов (в электронном формате) по форме, установленной в приложении № 3 к настоящей Торговой политике, и должна содержать:

- наименование Контрагента (его фамилия, имя и отчество (далее – «**ФИО**») в случае, если Заявку подает индивидуальный предприниматель или физическое лицо);
- планируемый перечень и объем закупки Продукции;
- ориентировочный срок поставки Продукции;
- копии документов и сведения, предусмотренные пунктом 3.3.4 настоящей Торговой политики (для Коммерческих Контрагентов).

3.3.4. Копии документов и сведения, представляемые в составе Заявки Коммерческими контрагентами-:

Юридическими лицами:

- действующий устав или учредительный договор со всеми изменениями и дополнениями;
- действующее решение и приказ о назначении единоличного исполнительного органа (при наличии);
- действующая доверенность на представителя (в случае, если договор купли-продажи Продукции будет подписывать представитель);
- свидетельство о регистрации юридического лица или лист записи Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ) о создании юридического лица;
- свидетельство о постановке на учет в налоговом органе;
- карточка Коммерческого Контрагента, подписанная уполномоченным лицом, которая включает в себя следующую информацию:
 - полное и краткое наименования;
 - основной государственный регистрационный номер (ОГРН);
 - индивидуальный номер налогоплательщика (ИНН);
 - юридический адрес и адрес основного месторасположения (в случае, если данные различаются);
 - почтовый адрес для обмена корреспонденцией, в том числе бухгалтерскими документами;
 - ФИО и контактные данные (номера телефонов и адрес электронной почты) представителей, уполномоченных на ведение переговоров с Продавцом;
 - банковские реквизиты (наименование банка, банковский идентификационный код (БИК), номер корреспондентского счета, номер расчетного счета);
 - ФИО лица, уполномоченного подписывать договоры купли-продажи Продукции с Продавцом от имени Коммерческого Контрагента;
 - ФИО, должности, контактные данные (номера телефонов и адреса электронной почты) лиц, уполномоченных на обработку / подпись / подтверждение счетов, счетов-фактур.

Физическими лицами, в том числе индивидуальными предпринимателями:

- паспортные данные (страницы 2 и 3 паспорта гражданина Российской Федерации или страница 1 паспорта гражданина Российской Федерации на выезд из Российской Федерации и въезд в Российскую Федерацию);
- выписку из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП) (при наличии);
- карточка Коммерческого Контрагента, подписанная физическим лицом или его представителем, которая включает в себя следующую информацию:
 - адрес основного месторасположения (в случае, если он различается с юридическим адресом, при наличии юридического адреса);
 - почтовый адрес для обмена корреспонденцией, в том числе бухгалтерскими документами;
 - ФИО и контактные данные (номера телефонов и адрес электронной почты) физического лица и (или) его представителей, уполномоченных на ведение переговоров с Продавцом от имени физического лица;
 - банковские реквизиты (наименование банка, банковский идентификационный код (БИК), номер корреспондентского счета, номер расчетного счета);
 - ФИО лица, уполномоченного подписывать договоры купли-продажи Продукции с Продавцом от имени физического лица (при наличии такого лица);
 - ФИО, должности, контактные данные (номера телефонов и адреса электронной почты) лиц, уполномоченных на обработку / подпись / подтверждение счетов, счетов-фактур (при наличии таких лиц).

3.3.5. Если Контрагентом являются Органы власти, Общеобразовательные учреждения, то такие Контрагенты предоставляет в адрес Продавца только бланк заказов по форме, установленной в приложении № 3 к настоящей Торговой политике.

3.3.6. Положения пунктов 3.3.1 – 3.3.4 настоящей Торговой политики не распространяются на Контрагентов, закупающих Продукцию посредством использования Интернет-магазина.

3.4. Процедура принятия решения о заключении / отказе в заключении Договора (контракта) с Контрагентами

3.4.1. Поступившая Заявка, документы и информация к ней рассматриваются Должностными лицами и (или) Работниками Продавца, ответственными за подготовку, согласование и организацию подписания Договоров (контрактов) (далее – «**Ответственные лица**») в целях принятия генеральным директором Продавца решения о заключении / отказе от заключения Договора (контракта) с подавшим Заявку Контрагентом (далее – «**Проверка Заявки**») на предмет:

- полноты информации, подлежащей направлению Продавцу в составе Заявки в соответствии с пунктом 3.3.3 настоящей Торговой политики;
- полноты документов и информации, подлежащих направлению Продавцу одновременно с Заявкой в соответствии с пунктом 3.3.4 настоящей Торговой политики (в отношении Заявок Коммерческих Контрагентов);
- достоверности представленных документов и информации на основании информации, полученной Продавцом из официальных публичных источников в сети «Интернет»

(таких как официальные сайты ФНС России, органов судебной власти в Российской Федерации и т.д.);

- выявления оснований для отказа в заключении Договора (контракта) в соответствии с пунктом 3.2.3 настоящей Торговой политики.

3.4.2. Проверка Заявки включает в себя проведение первичной и дополнительной Проверок Заявки и осуществляется в порядке и сроки, установленные в пунктах 3.4.3 – 3.4.5 настоящей Торговой политики.

3.4.3. Проведение первичной Проверки Заявки осуществляется в срок, не превышающий 2 (двух) рабочих дней со дня поступления в адрес Продавца Заявки, документов и информации к ней.

3.4.4. Одновременно с проведением первичной Проверки Заявки Ответственные лица разрешают вопросы наличия технологической и экономической возможности поставки Продукции в необходимых Контрагенту объемах, в том числе:

- наличия товарного запаса Продукции, необходимого Контрагенту в объемах, указанных в Заявке;
- наличия возможности печати Продукции, которые позволят Продавцу исполнить договорные (контрактные) обязательства по Договору (контракту) в сроки, указанные в Заявке (в случае отсутствия у Продавца товарного запаса Продукции, необходимого Контрагенту в объемах, указанных в Заявке).

3.4.5. В случае если при проведении первичной Проверки Заявки у Ответственных лиц возникнут сомнения в достоверности представленных Контрагентом документов и (или) информации и (или) если Ответственные лица установят, что необходимые в соответствии с пунктами 3.3.3 и 3.3.4 настоящей Торговой политики информация и (или) документы представлены не в полном объеме, Ответственные лица запрашивают у Контрагента недостающие документы и информацию с целью устранения возникших сомнений и (или) некомплектности информации и документов. Запрос недостающих документов и информации направляется в адрес Контрагента по указанной в Заявке электронной почте представителей Контрагента, уполномоченных на ведение переговоров с Продавцом (далее – «**Электронная почта Контрагента**»), в течение срока, установленного для проведения первичной Проверки Заявки.

3.4.6. Контрагент направляет запрошенные документы и информацию в адрес Продавца по электронной почте Ответственных лиц, направивших соответствующий запрос, в срок, не превышающий 2 (двух) рабочих дней с даты поступления такого запроса. Полученные по запросу Ответственных лиц информация и документы рассматриваются на предмет их полноты и достоверности в рамках дополнительной Проверки Заявки в срок, не превышающий 1 (одного) рабочего дня с даты их представления Контрагентом.

3.4.7. В случае, если по результатам проведения Проверки Заявки Ответственные лица выявят одно или несколько обстоятельств, являющихся основаниями для отказа в заключении Договора (контракта), предусмотренных пунктом 3.2.3 настоящей Торговой политики (далее – «**Основания для отказа**»), в том числе в случае непредставления Контрагентом недостающих документов и информации по запросу Ответственных лиц, в течение 1 (одного) рабочего дня с даты завершения Проверки Заявки Ответственные лица готовят и направляют генеральному директору Продавца проект письма в адрес соответствующего Контрагента, содержащий информацию об отказе в заключении Договора (контракта) и описание выявленных Оснований для отказа (далее – «**Письмо об отказе**»).

3.4.8. Генеральный директор Продавца подписывает Письмо об отказе в срок, не превышающий 2 (двух) рабочих дней с даты его представления Ответственными лицами. Ответственные лица уведомляют Контрагента о принятом Продавцом решении отказать в заключении Договора (контракта) путем направления по Электронной почте Контрагента скан-копии Письма об отказе в срок, не превышающий 1 (одного) рабочего дня со дня его подписания генеральным директором Продавца.

3.5. Процедура согласования условий Договора (контракта) и порядок его заключения

3.5.1. Ненаправление на Электронную почту Контрагента Письма об отказе по истечении 5 (пяти) рабочих дней с даты представления Контрагентом Заявки или с даты представления документов и информации, запрошенных Ответственными лицами (в случае запроса недостающих документов и информации), означает, что Контрагент и поданная им Заявка соответствуют требованиям, установленным в пунктах 3.2 и 3.3.3 – 3.3.5 настоящей Торговой политики, и Ответственные лица приступили к подготовке проекта Договора (контракта).

3.5.2. В случае, если у Продавца отсутствует технологическая и (или) экономическая возможность поставки Продукции в заявленном объеме Ответственные лица до начала подготовки проекта Договора (контракта) готовят и направляют по Электронной почте Контрагента письмо, содержащее информацию об отсутствии технологической и (или) экономической возможности поставки Продукции в указанном в Заявке объеме, с указанием объема Продукции, в отношении которой у Продавца имеется возможность производства и реализации (далее – «**Письмо о неполном объеме**»).

3.5.3. Контрагент в течение 2 (двух) дней со дня получения рассматривает Письмо о неполном объеме и сообщает Продавцу о готовности заключить Договор (контракт) на поставку Продукции в имеющемся у Продавца объеме либо об отказе от заключения Договора (контракта). Указанный ответ Контрагент направляет в адрес Продавца по электронной почте Ответственных лиц, направивших Письмо о неполном объеме.

3.5.4. В случае если Контрагент выразил согласие на заключение Договора (контракта) на поставку Продукции в имеющемся у Продавца объеме, Ответственные лица не позднее дня, следующего за днем получения согласия Контрагента, начинают подготовку проекта Договора (контракта).

3.5.5. Ответственные лица осуществляют подготовку проекта Договора (контракта), используя типовую форму договора Продавца с Коммерческими Контрагентами или типовую форму контракта Продавца с Органами власти, Общеобразовательными учреждениями², и организуют его согласование Должностными лицами и Работниками Структурных подразделений, участвующих в осуществлении соответствующего Бизнес-процесса (далее – «**Согласование**»), в порядке и в сроки, определенные Регламентом договорной работы³, а также организуют корпоративное одобрение, в случае, если оно необходимо для заключения такого Договора (контракта).

3.5.6. Проект Договора (контракта) в срок, не превышающий 1 (одного) рабочего дня с даты его Согласования и корпоративного одобрения, направляется Ответственными лицами по

² Приложения № 1 и № 2 к настоящей Торговой политике.

³ Регламент договорной работы, утвержденный приказом единоличного исполнительного органа Издательства от 15.11.2016 № 94.

Электронной почте Контрагента для его рассмотрения и согласования условий, предложенных Продавцом.

3.5.7. Контрагент в срок, не превышающий 3 (трех) рабочих дней с даты получения Проекта Договора (контракта), готовит и направляет в адрес Продавца по электронной почте Ответственного лица, направившего соответствующий Проект Договора (контракта):

- письмо, содержащее согласие подписать Договор (контракт) в представленной редакции, – в случае согласия с предложенными Продавцом условиями Договора (контракта);
- протокол разногласий к проекту Договора (контракта) и (или) собственную редакцию проекта Договора (контракта) (далее – **«Проект Договора (контракта) в редакции Контрагента»**), – в случае несогласия с отдельными условиями и (или) положениями Проекта Договора (контракта).

3.5.8. Ответственные лица в срок, не превышающий 1 (одного) рабочего дня с даты представления Проекта Договора (контракта) в редакции Контрагента, организуют его рассмотрение путем направления на Согласование в соответствии с Регламентом договорной работы и проведение Комплаенс-офицером оценки на предмет наличия положений, противоречащих Антимонопольному законодательству (далее – **«Оценка»**), в порядке, предусмотренном Положением о Комплаенс-офицере⁴. Максимальный срок Согласования и Оценки проекта Договора (контракта) в редакции Контрагента составляет 3 (три) рабочих дня, не считая дня направления Ответственными лицами проекта Договора (контракта) для проведения указанных процедур.

3.5.9. В случае, если по результатам Оценки Комплаенс-офицер придет к выводу о том, что предложенный Контрагентом Проект Договора (контракта) содержит Риски нарушения Антимонопольного законодательства, Ответственные лица организуют проведение между уполномоченными представителями Продавца и Контрагента переговоров для снятия возникших разногласий.

3.5.10. В срок, не превышающий 5 (пяти) рабочих дней с даты получения от Контрагента письма, содержащего согласие подписать Договор (контракт) в представленной редакции или с даты согласования проекта Договора (контракта), в том числе по результатам проведенных переговоров между Продавцом и Контрагентом, Ответственные лица обеспечивают подписание согласованной редакции Договора (контракта) генеральным директором Продавца и направляют ее в адрес Контрагента на подписание. Скан-копия подписанного Продавцом Договора (контракта) направляется по Электронной почте Контрагента, а документ на бумажном носителе направляется по почтовому адресу Контрагента, указанному в Заявке, посредством почтовой или курьерской доставки.

3.5.11. Контрагент, получивший подписанный Продавцом Договор (контракт), подписывает и направляет его в адрес Продавца тем же способом, которым он был направлен ему Продавцом.

3.6. Порядок предоставления скидок на Продукцию

3.6.1. Общие условия предоставления скидок на Продукцию

3.6.1.1. Размер скидки на Продукцию зависит от выполнения Контрагентом следующих условий:

⁴ Приложение № 1 к Антимонопольной политике.

- выполнение согласованного Продавцом и Контрагентом плана закупок, который оформляется в виде приложения к Договору (контракту) и содержит в себе, в том числе объемы отгрузок Продукции и суммы оплаты отгружаемой Продукции с разбивкой по месяцам (далее – «**План закупок**»);
- предоставление Продавцу отчетов:
 - о статистике продаж Продукции Контрагентом в адрес третьих лиц;
 - по товарным остаткам Продукции на складе Контрагента;
- качества планирования (данное условие не применимо в случае нарушения установленных Договором (контрактом) сроков отгрузки (передачи) Продукции вследствие бездействия Контрагента):
 - выполнение плана закупок месяца (с учетом перевыполнения плана в предшествующие месяцы);
 - ежемесячное формирование предварительных заказов на производство Продукции и закупка заказанной Продукции в полном объеме за предшествующий месяц, отказ от приобретения предварительно заказанной Продукции в объеме не более 1,25 % от планового годового объема закупки Продукции в календарный квартал;
- оплата Продукции:
 - предоплата;
 - отсрочка платежа;
 - на условиях факторинга;
- планирование, согласование с Продавцом и проведение акций и рекламных мероприятий, направленных на продвижение Продукции. Предоставление Продавцу в порядке, определенном в Договоре (контракте) планов проведения мероприятий и отчетов по итогам мероприятий, содержащих описание проведенного мероприятия, информацию о достигнутых результатах, в том числе итоги продаж Продукции в разрезе номенклатуры, отзывы целевой аудитории, фотоотчет;
- увеличение товарооборота с Продавцом в планируемый период (календарный год) в сравнении с предыдущим календарным годом.

3.6.1.2. Целевые параметры условий, указанных в пункте 3.6.1.1 настоящей Торговой политики, размеры применяемых Продавцом скидок за их выполнение Контрагентами, а также периоды применения Продавцом скидок ежегодно до 31 декабря года, предшествующего году действия скидок, утверждается приказом генерального директора Продавца по форме, приведенной в **Таблице № 2** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике (далее – «**Общие условия предоставления скидки**»)⁵.

3.6.2. Условия предоставления скидок на Шлейф

3.6.2.1. Размер скидки, предоставляемый Контрагентам на Шлейф, определяется как арифметическая сумма отдельных скидок, предоставляемых за выполнение Общих условий предоставления скидки (совокупная скидка).

⁵ Информация об утвержденных Общих условиях предоставления скидки представляется Контрагенту для ознакомления до заключения Договора (контракта) посредством электронной почты.

3.6.2.2. Генеральный директор Продавца ежегодно, не позднее 31 декабря года, предшествующего году действия скидок, издает приказ, которым утверждает максимальный размер скидок на Шлейф для Контрагентов, начинающий действовать с первого рабочего дня следующего календарного года, по форме, приведенной в **Таблице № 1** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике (далее – «**Максимальная скидка на Шлейф**»)⁶.

3.6.2.3. Предоставляемая Контрагенту совокупная скидка на Шлейф не может превышать Максимальную скидку на Шлейф. В случае, если определенная в соответствии с пунктом 3.6.2.1 настоящей Торговой политики совокупная скидка на Шлейф для конкретного Контрагента превышает размер Максимальной скидки на Шлейф, применению подлежит Максимальная скидка на Шлейф.

3.6.3. Условия предоставления скидок на Новинки

3.6.3.1. Специальные условия представления скидок на Продукцию, отнесенную к категории «Новинки», не предусмотрена.

3.6.4. Условия предоставления скидок на учебники, включенные в ФПУ⁷

3.6.4.1. Размер скидок для Контрагентов на учебники, включенные в ФПУ, определяется в зависимости от размера совокупной скидки на Шлейф, определенной в соответствии с условиями, изложенными в пункте 3.6.2 настоящей Торговой политики. Размеры совокупной скидки на Шлейф и соответствующей ей скидки на учебники, включенные в ФПУ, ежегодно (до 31 декабря года, предшествующего году действия скидок) утверждаются приказом генерального директора Продавца по форме, приведенной **Таблице № 3** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике⁸.

3.6.4.2. Скидка на учебники, включенные в ФПУ, дополнительно увеличивается на 2 % от расчетного значения, определенного в соответствии с пунктом 3.6.4.1 настоящей Торговой политики при выполнении Контрагентом совокупности следующих условий:

- предоставление Контрагентом официального письма в адрес Продавца с инициативой о внесении авансового платежа;
- внесение Контрагентом авансового платежа в срок не менее, чем за 30 (тридцать) календарных дней до первой отгрузки, произведенной Продавцом в адрес Контрагента под данный авансовый платеж;
- сумма авансового платежа должна составлять не менее суммы, утвержденной генеральным директором Продавца (до 31 декабря года, предшествующего году

⁶ Информация об утвержденной Максимальной скидке на Шлейф представляется Контрагенту для ознакомления до заключения Договора (контракта) посредством электронной почты.

⁷ В соответствии с Антимонопольной политикой АО «Издательство «Просвещение» под учебниками, включенными в ФПУ, понимаются учебники, включенные в ФПУ, утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.09.2022 № 858, а также учебники из числа учебников, содержащихся в ФПУ, утвержденном приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 20.05.2020 № 254, и не включенных в ФПУ, утвержденный приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 21.09.2022 № 858, - в течение установленного Министерством просвещения Российской Федерации срока их использования.

⁸ Информация об утвержденных размерах совокупной скидки на Шлейф и соответствующей ей скидки на учебники, включенные в ФПУ, представляется Контрагенту для ознакомления до заключения Договора (контракта) посредством электронной почты.

действия показателя) по форме, приведенной в **Таблице № 8** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике⁹.

3.7. Порядок установления размера скидки на Продукцию для Контрагента в рамках заключенного Договора (контракта)

3.7.1. С даты заключения Договора (контракта) до окончания следующего периода предоставления скидки (в том числе календарного месяца, календарного квартала) размер предоставляемой скидки на Продукцию, включая Шлейф, учебники, включенные в ФПУ, определяется исходя из принятых Покупателем обязательств по выполнению Общих условий предоставления скидки.

3.7.2. За 2 (два) рабочих дня до начала нового периода предоставления скидки Контрагент и Продавец определяют достижение целевого уровня по каждому параметру Общих условий предоставления скидки за прошедший период. При недостижении и (или) превышении целевого уровня по какому-либо параметру Общих условий предоставления скидки размер скидки на Продукцию подлежит соответственно уменьшению и (или) увеличению начиная с первого числа следующего периода предоставления соответствующей скидки.

3.7.3. Размеры предоставляемых Покупателю в соответствующем периоде скидок на Продукцию, фиксируется в Договоре (контракте) (дополнительных соглашениях к нему).

3.8. Порядок предоставления скидок для Контрагентов в Интернет-магазине

3.8.1. Скидки в Интернет-магазине распространяются на все виды Продукции (Шлейф, учебники, включенные в ФПУ, Новинки).

3.8.2. Скидки на Продукцию, реализуемую посредством Интернет-магазина, дифференцируются на (1) скидки от суммы заказа и (2) скидки в рамках Акций в Интернет-магазине.

3.8.3. Скидки от суммы заказа рассчитываются в зависимости от суммы заказа Контрагента в Интернет-магазине. Дифференциация размеров предоставляемых скидок, а также сумм заказа Продукции производится по форме, определенной в **Таблице № 6** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике, которая ежегодно (до 31 декабря года, предшествующего году действия скидок) утверждается генеральным директором Продавца¹⁰.

3.8.4. Скидки в рамках Акций в Интернет-магазине предоставляются в соответствии с условиями проводимых Акций в Интернет-магазине, которые размещаются на сайте Интернет-магазина не позднее 7 (семи) дней до начала проведения соответствующей акции. Размер предоставляемых Продавцом скидок в рамках Акций в Интернет-магазине не должен превышать максимальный размер скидки на вид Продукции ежегодно (до 31 декабря года, предшествующего году действия скидок) утверждаемый генеральным директором Продавца по форме, определенной в **Таблице № 7** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике¹¹. В случае, если скидка на конкретный вид Продукции, предусмотренная условиями проводимых Акций в Интернет-магазине, превышает утвержденный максимальный размер скидки на такую Продукцию, применяется утвержденный максимальный размер скидки.

⁹ Информация об утвержденной минимальной сумме авансового платежа представляется Контрагенту для ознакомления до заключения Договора (контракта) посредством электронной почты.

¹⁰ Информация об утвержденных размерах предоставляемых скидок в зависимости от суммы заказа Продукции в Интернет-магазине представляется по запросу Контрагента.

¹¹ Информация об утвержденных максимальных размерах предоставляемых скидок на Продукцию представляется по запросу Контрагента.

3.9. Порядок предоставления бонусов за рост закупок Контрагентами Продукции

3.9.1. За выполнение показателей, утвержденных (ежегодно до 31 декабря года, предшествующего году действия показателей) приказом генерального директора Продавца по форме, приведенной в **Таблице № 4** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике, Контрагенты Продавца получают бонус¹².

3.9.2. Размер бонуса рассчитывается в процентах от стоимости Шлейфа, закупленного в соответствующем календарном году (далее – **год начисления бонуса**).

3.9.3. Размер бонуса зависит от превышения факта закупок Продукции над планом закупок Продукции в денежном выражении в соответствующем году начисления бонуса.

3.9.4. Право на получение бонуса возникает у Контрагента при отсутствии просроченной дебиторской задолженности за приобретенную по Договору (контракту) Продукцию в течение всего срока действия Договора (контракта) и выполнения требований по дебиторской задолженности на конец года.

3.9.5. Расчет бонуса по итогам года, согласованный Продавцом и Контрагентом, утверждается приказом генерального директора Продавца о выплате бонусов Контрагентам. Срок выплаты бонуса – с 01 апреля до 01 октября года, следующего за годом начисления бонуса.

3.9.6. В случае несогласия Контрагента с расчетом размера бонуса такой Контрагент направляет Продавцу свои документально обоснованные возражения. В течение 3 (трех) рабочих дней с момента их получения Продавец рассматривает возражения Контрагента, принимает решение об изменении размера бонуса или об отказе от изменения размера бонуса и о принятом решении уведомляет Контрагента. Последующие разногласия по расчету размера бонуса Контрагент и Продавец разрешают посредством переговоров.

3.9.7. По согласованию с Контрагентом исполнение обязательств по выплате бонуса может осуществляться путем проведения взаимозачета обязательств сторон в счет текущих и/или будущих поставок Продукции на сумму, эквивалентную сумме бонуса, с учетом установленных действующим Договором (контрактом) скидок. При изменении условий оплаты Продукции, предоставляемой Контрагенту в счет бонуса, пересчет скидок не производится.

3.9.8. Размер и условия выплаты бонусов ежегодно (до 31 декабря года, предшествующего году действия размера бонусов) утверждается приказом генерального директора Продавца по форме, приведенной в **Таблице № 4** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике.

3.10. Санкции за невыполнение согласованного Плана закупок

3.10.1. Невыполнение Контрагентом согласованного Плана закупок за каждый квартал календарного года является основанием для применения к нему штрафных санкций.

3.10.2. Размер штрафной санкции определяется:

- на основании достигнутой Контрагентом величины закупок Продукции за квартал относительно суммы среднеквартального плана закупок Продукции в соответствии с Планом закупок;

¹² Информация об утвержденных показателях, за выполнение которых Контрагенту выплачивается бонус, представляется Контрагенту для ознакомления до заключения Договора (контракта) посредством электронной почты.

- в диапазоне значений, ежегодно утверждаемых приказом генерального директора Продавца по форме, приведенной в **Таблице № 5** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике¹³;
- в рублях;
- в соответствии со следующей формулой:

$$\begin{array}{ccccc} \text{Размер} & & \text{Среднеквартальное} & & \text{Процент} \\ \text{штрафной} & = & \text{значение плана} & \times & \text{применяемого} \\ \text{санкции} & & \text{закупок} & & \text{штрафа} \\ & & \text{Продукции} & & \end{array}$$

где:

Размер штрафной санкции – штрафная санкция в отношении Контрагента, определенная в рублях.

Среднеквартальное значение плана закупок Продукции – это отношение согласованного годового объема закупки Продукции к количеству кварталов за календарный год.

Процент применяемого штрафа – процентное значение, утверждаемое приказом генерального директора Продавца по форме, приведенной в **Таблице № 5** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике.

3.11. Форма и особенности взаимодействия между Контрагентом и Продавцом, лица обеспечивающие взаимодействие между Контрагентом и Продавцом

3.11.1. Обеспечение предоставления Продавцом скидок на Продукцию, расчета и выплаты Контрагентам бонусов, применения санкций, предусмотренных настоящей Торговой политикой осуществляется Руководителями, Должностными лицами и Работниками, участвующих в осуществлении соответствующих Бизнес-процессов (далее – «**Лица, ответственные за Бизнес-процесс**»).

3.11.2. Обмен между Контрагентом и Продавцом предусмотренной в настоящей Торговой политике информацией, сведениями и документами осуществляется по Электронной почте Контрагента и электронной почте Лиц, ответственных за Бизнес-процесс.

3.11.3. Положения пунктов 3.6 – 3.10 настоящей Торговой политики не распространяются на контракты, заключенные по результатам проведения закупочных процедур конкурентными способами в порядке, определенном Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

3.12. Предельно допустимый объем дебиторской задолженности Контрагента

3.12.1. Предельно допустимый объем дебиторской задолженности Контрагента за поставленную по Договору (контракту) Продукцию ежегодно (до 31 декабря года, предшествующего году действия размера бонусов) утверждается приказом генерального директора Продавца по форме, приведенной в **Таблице № 9** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике (далее – «**Предельный размер задолженности**»)¹⁴.

¹³ Информация об утвержденном диапазоне значений размера штрафных санкций представляется Контрагенту для ознакомления до заключения Договора (контракта) посредством электронной почты.

¹⁴ Информация об утвержденном предельном размере задолженности представляется Контрагенту для ознакомления до заключения Договора (контракта) посредством электронной почты.

3.12.2. В случае, если в течение срока действия соответствующего Договора (контракта) Контрагент трижды превысит Предельный размер задолженности Продавец вправе расторгнуть такой Договор (контракт) в одностороннем порядке.

3.13. Неустойки за нарушение условий Договора (контракта)

3.13.1. Основаниями для уплаты неустойки является:

- нарушение срока поставки Продукции Продавцом;
- нарушение Контрагентом срока оплаты поставленной Продукции или уплаты любых сумм, причитающихся Продавцу (в том числе неисполнение или ненадлежащее исполнение Контрагентом обязательств по уплате сумм за поставленную Продукцию финансовому агенту Продавца при оплате Продукции на условиях факторинга);
- нарушения Контрагентом сроков вывоза Продукции по обстоятельствам, не зависящим от Продавца.

3.13.2. Размер неустойки, применяемый к Продавцу и Контрагенту за нарушения условий Договора (контракта), указанных в пункте 3.13.1 настоящей Торговой политики ежегодно (до 31 декабря года, предшествующего году действия размера бонусов) утверждается приказом генерального директора Продавца по форме, приведенной в **Таблице № 10** Приложения № 4 к настоящей Торговой политике¹⁵.

4. ПРИМЕНЕНИЕ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ ИЗДАТЕЛЬСТВА

4.1. Цена на Продукцию устанавливается на основании прайс-листа Продавца. Прайс-лист утверждается генеральным директором Продавца ежегодно¹⁶. Применяемые Продавцом цены на Продукцию не могут быть ниже / выше суммы необходимых для производства и реализации Продукции расходов и прибыли Продавца¹⁷.

4.2. В целях привлечения новых Контрагентов Продавцом могут проводиться акции и мероприятия в соответствии с положениями настоящей Торговой политики и иными Локальными актами Продавца.

4.3. Скидки и бонусы, предоставляемые Контрагентам Продавцом, рассчитываются от цен, утвержденных прайс-листом, если из содержания Договора (контракта) не следует иное.

5. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ НАСТОЯЩЕЙ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ

5.1. Руководители, Должностные лица и Работники несут персональную ответственность за содержание предусмотренных настоящей Торговой политикой документов, информации и сведений, а также за соблюдение установленных настоящей Торговой политикой порядков, условий и правил, в части, в которой они осуществляли подготовку соответствующих

¹⁵ Информация об утвержденном размере неустойки, применяемой к Продавцу и Контрагенту за нарушения условий Договора (контракта) представляется Контрагенту для ознакомления до заключения Договора (контракта) посредством электронной почты.

¹⁶ Методика организации товарооборота и ценообразования, утвержденная приказом единоличного исполнительного органа Издательства протокол № 116 от 30.12.2016.

¹⁷ Прайс-лист направляется Контрагентам для ознакомления до заключения Договоров (контрактов) посредством электронной почты.

документов, информации и сведений, и применяли соответствующие порядки, условия и правила.

5.2. За несоблюдение положений настоящей Торговой политики Руководители, Должностные лица и Работники могут быть привлечены генеральным директором Издательства к дисциплинарной ответственности в порядке, предусмотренном Трудовым кодексом Российской Федерации и Локальными актами Издательства.

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРОВ (КОНТРАКТОВ) ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ТОРГОВ

В случае, если Органы власти и (или) Образовательные учреждения проводят конкурентные закупочные процедуры в соответствии с требованиями и в порядке, установленными Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» и Продавец принял решение принять участие в таких закупочных процедурах, государственные (муниципальные) контракты между Органами власти и (или) Образовательными учреждениями (заказчиками по смыслу обозначенного закона) и Продавцом (поставщиком по смыслу обозначенного закона) заключаются на условиях, сформулированных в проекте контракта, являющегося неотъемлемой частью закупочной документации проводимой конкурентной закупочной процедуры.